

18. Wahlperiode

## Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten **Katalin Gennburg (LINKE)**

vom 18. Oktober 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 21. Oktober 2019)

zum Thema:

**„Qualitätstourismus“**

und **Antwort** vom 04. November 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 08. Nov. 2019)

Senatsverwaltung für  
Wirtschaft,  
Energie und Betriebe

Frau Abgeordnete Katalin Gennburg (Die Linke)  
über  
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t  
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/21293  
vom 18. Oktober 2019  
über  
„Qualitätstourismus“

---

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

Die Schriftliche Anfrage betrifft Sachverhalte, die der Senat nicht nur aus eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist aber dennoch bemüht, Ihnen eine Antwort zukommen zu lassen und hat daher die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) um Auskunft gebeten. Die von dort übermittelten Angaben werden nachfolgend in ihren maßgeblichen Teilen wiedergegeben.

1. Wer ist mit der Zielgruppenanalyse bzw. mit der Definition von Qualitätstourismus beauftragt?

Zu 1.: Den Zuschlag für das Projekt „Entwicklung einer Definition des Qualitätstourismus für Berlin“ hat die Bietergemeinschaft bestehend aus BTE Tourismus- und Regionalplanung Partnerschaftsgesellschaft mbB und dem NIT - Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH erhalten.

2. Welche Gründe waren für die Erteilung des Zuschlags ausschlaggebend?

Zu 2.: Die Erteilung des Zuschlags erfolgte auf das wirtschaftlichste Angebot mit nachstehenden Kriterien: Preis (40%) und Kurzkonzept (60%).

3. Wer ist inhaltlich an der Erstellung beteiligt?

4. Wann und wie findet die Beteiligung der Bürger\*innen statt?

5. Wann und in welcher Weise werden wissenschaftliche Einrichtungen in Berlin beteiligt?

Zu 3., 4., 5.: Ein Projektteam aus Tourismusexpertinnen/Tourismusexperten und -forscherinnen/-forschern der Unternehmen BTE und NIT ist inhaltlich mit der Bearbeitung betraut. Die wissenschaftliche Begleitung erfolgt durch Prof. Dr. Bernd Eisenstein (Institut für Management und Tourismus der FH Westküste). Des Weiteren sind als Unterauftragnehmer Expertinnen und Experten für Organisationsentwicklung und Change Management/ Gemeinwohl-Ökonomie und Stadtpsychologie beteiligt.

Außerdem werden Berliner Branchenvertreterinnen und -vertreter aus Tourismus, Politik und Verwaltung (z. B. DEHOGA, Messe Berlin, IHK, visitBerlin, Studierenden, Bürgerbeirat) durch Workshops beteiligt.

Sollte der Bürgerbeirat Tourismus sich zum Zeitpunkt der Workshops noch nicht

konstituiert haben, wird zur Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger eine Onlinebefragung durchgeführt.

6. Wann wurde der Auftrag vergeben?

a) Beinhaltet die Beratungsdienstleistung die Entwicklung von Qualitätskriterien für das touristische Angebot (Servicequalität, Umwelt- und Stadtverträglichkeit, Barrierefreiheit etc.)?

b) Wenn nicht, warum nicht?

Zu 6.: Der Auftrag für die wissenschaftliche Begleitung wurde am 06.05.2019 vergeben. Der Auftrag an die Bietergemeinschaft wurde am 30.09.2019 erteilt.

Zu 6. a) und 6. b): Im Rahmen des Projektes erfolgen in der dritten Phase die Erarbeitung eines Kriteriensets und die Operationalisierung des Qualitätstourismusbegriffs zur Anwendung im Destinationsmarketing. Wie diese ausgestaltet wird, hängt von den vorgelagerten Schritten (Workshops, Datenanalyse) und den daraus gewonnenen Informationen und Ergebnissen ab.

7. Welche Summe wird dafür aufgewandt?

Zu 7.: Für das Projekt wurde visitBerlin eine Zuwendung in Höhe von 120.000 Euro gewährt.

8. Ist die CO2-Bilanz der Reise ein relevantes Qualitätskriterium?

Zu 8.: Die Qualitätskriterien werden aus den gewonnenen Erkenntnissen der Datenanalyse und den Workshops entwickelt. Auch ökologische Aspekte werden hierbei analysiert.

9. Welches Qualitätsverständnis war bislang für die tourismusverwaltende Arbeit der SenWiEnBe sowie die Arbeit des Destinationsmarketings (visitBerlin) handlungsleitend?

Zu 9.: In der Tourismusvermarktung wird der Qualitätstourismusbegriff primär auf Zielgruppen fokussiert, die der Destination Wertschöpfung bringen und/oder bestimmte themen- oder aktivitätsbezogene Interessen haben. Für die gemeinsame Arbeit des Senates und visitBerlins bedeutete dies bislang, dass unter anderem Zielgruppen in der Vermarktung Berücksichtigung fanden, die ein erhöhtes Ausgabeverhalten haben. Auf interessensbasierte Themenvermarktung bezogen bedeutete dies z. B. einen Fokus des Berliner Tourismusmarketings in Bezug auf Kultur- und Kunstliebhaberinnen und -liebhaber, gastronomieaffine oder sportinteressierte Personen. Der neue Prozess zur Definition eines Qualitätstourismus für Berlin soll nun um eine neue Perspektive erweitert werden. Zukünftig soll ein werteorientiertes, und verantwortungsbewusstes Verhalten berücksichtigt werden, bei dem der Fokus verstärkt auch auf ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsaspekten liegt. Zu werte- und verhaltensbasierten Zielgruppen gibt es bislang in der Tourismusforschung noch keine ausreichenden Erkenntnisse. visitBerlin wird daher in Abstimmung mit dem Senat diesen Bereich in der Marktforschung ausbauen und daraus neue Zielgruppen sowie geeignete Marketinginstrumente ableiten.

Berlin, den 4. November 2019

In Vertretung

Christian R i c k e r t s

.....  
Senatsverwaltung für Wirtschaft,  
Energie und Betriebe